

**ANALISIS ISI KOMENTAR PEMBERITAAN MENGENAI KASUS PENISTAAN AGAMA
OLEH BASUKI TJAHAJA PURNAMA ATAU AHOK PADA PORTAL BERITA
REPUBLIKA ONLINE PERIODE 6 - 12 OKTOBER 2016**

**CONTENT ANALYSIS OF COMMENTS IN THE NEWS OF RELIGION DEFAMATION CASE
COMMITTED BY BASUKI TJAHAJA PURNAMA OR AHOK ON THE REPUBLIKA ONLINE'S
NEWS PORTAL ON PERIOD BETWEEN 6 - 12 OCTOBER 2016**

Rana Fajar Rahman¹, Ira Dwi Mayangsari, S.Sos., MM.², Asaas Putra, S.Sos., M.I.Kom.³
Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
adjhayrahman@gmail.com¹, iradwi0603@yahoo.com.sg², asaasputra@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang isi komentar yang terdapat pada portal berita *Republika Online* (ROL), khususnya tentang pemberitaan kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama atau yang lebih dikenal dengan nama Ahok. Pemberitaan tentang kasus penistaan agama oleh Ahok dipilih karena kasus penistaan agama yang dilakukan, sudah membuat kerukunan antar umat beragama di Indonesia menjadi memanas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat Indonesia melalui isi komentar mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok pada portal berita *Republika online* (ROL). Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif dengan metode analisis isi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis resepsi menurut Stuart Hall dibagi menjadi empat kategorisasi, yaitu *dominant reading* (menerima isi berita), *negotiated meaning* (memunculkan makna tersendiri), *oppositional decoding* (menolak isi berita) atau tidak jelas. Dengan frekuensi isi komentar sebanyak 362 komentar dari data antar-coder, netizen cenderung berkomentar kearah *oppositional decoding* (menolak isi berita) dengan kemunculan isi komentar sebesar 40,73%.

Kata Kunci : Isi Komentar, Republika Online, Analisis Isi, Penistaan Agama, Portal Berita

Abstract

This research is examining the comments which were on Republika Online (ROL) news portal, particularly about religion defamation case committed by Basuki Tjahaja Purnama or widely known as the Ahok. This religion defamation case by Ahok was chosen because the religion defamation have made things heated up and messing the harmony among religious communities in Indonesia. This study intended to see how society responds through the content of comments on the religion defamation news cases on Republika online (ROL) news portal. This research is using quantitative approach with content analysis method. The results show that reception analysis according to Stuart Hall divided into four category, which are the dominant reading (receiving news content), negotiated meaning (bring up a meaning of its own), oppositional decoding (rejecting the news content) or unclear. With the frequency of comments about 362 comments from the data between coder, netizen tend to comment at oppositional decoding (rejecting the news), with the emergence of the comments content as much as 40,73%.

Keywords : The Comments, Republika Online, Contents Analysis, Defamation of Religion, News Portal

1. Pendahuluan

Di era modern ini, masyarakat perlahan beralih menggunakan media baru atau yang biasa disebut *new media*. Media baru yang dimaksud seperti internet, memberikan kemungkinan permintaan untuk mengakses pada konten apapun, dimanapun, dan kapanpun. Hal ini membuat masyarakat semakin menyukai media baru, walaupun media konvensional seperti televisi, koran, majalah dan sejenisnya tidak ditinggalkan begitu saja.

Masyarakat bisa mendapatkan informasi berita lewat internet, salah satunya yaitu dengan mengakses portal berita *online*. Kecepatan dan kemudahan akses berita *online* ini yang lebih disukai oleh masyarakat. Bahkan masyarakat bisa langsung berkomentar terkait oleh berita yang ditampilkan. Oleh

karena itu berita yang ditampilkan oleh media tersebut dapat langsung memperoleh *feedback* dari masyarakat terkait berita yang dirilisnya berupa komentar. Berbagai komentar juga muncul dari masyarakat, baik yang berupa positif, negatif, ataupun netral.

Pemberitaan mengenai kasus penistaan agama bukanlah hal yang baru di Indonesia. Kasus HB Jassin tentang cerpen Langit Makin Mendung tahun 1968, Arswendo Atmowiloto penulis yang dijebloskan penjara karena survei tabloid Monitor tahun 1990, Lia Aminudin atau Lia Eden yang mengaku sebagai imam Mahdi dan mendapat wahyu dari malaikat Jibril tahun 2006. Dalam lebih dari 40 tahun terakhir, kasus penodaan agama di Indonesia memiliki “pola yang sama” dan berbagai kasus selalu diawali dengan demonstrasi massa yang mengganggu kepentingan umum. Termasuk yang terjadi pada Gubernur DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok.

Pada 30 September 2016, dalam percakapan dengan warga di Kepulauan Seribu, Ahok menyatakan bahwa tidak masalah jika warga yang “dibohongi *pake* Surah Al-Maidah 51 dan *macem-macem*” tidak memilihnya dalam pemilihan Gubernur DKI Jakarta. Percakapan ini direkam dan diunggah oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta di situs *Youtube*. Salah satu yang menyebarkan video ini, Buni Yani menulis di *Facebook* “... *dibohongi Surat Al Maidah...*”, (tanpa kata “*pake*”) dan belakangan ia mengaku bahwa ia salah transkrip. Banyak warga maupun pengamat yang mengkritik pernyataan Ahok dan menganggap Ahok telah melecehkan Al-Quran. Kritik ini menjalar di media sosial seperti *Facebook* dan *twitter*, serta petisi di situs *change.org* yang didukung puluhan ribu orang. Menanggapi kritik ini, Ahok menyatakan bahwa ia tidak berniat melecehkan ayat Al-Quran, tapi hanya mengkritik pihak-pihak yang menggunakan ayat suci untuk tujuan politik. Sejumlah organisasi melaporkan pidato Ahok ke polisi dengan dasar pasal 156a KUHP dan UU Penyalahgunaan dan/atau Penodaan Agama.

Peneliti memilih portal berita *Republika online* dengan berita mengenai kasus penistaan agama yang dilakukan oleh Ahok sebagai objek penelitian. *Republika online* merupakan portal berita *online* yang memiliki ideologi nasionalis agamis (islami), kontras dengan sosok Ahok yang terlibat dengan dugaan kasus penistaan terhadap agama islam. Hal tersebut adalah hal yang menarik untuk dibahas sehingga peneliti memilih *Republika online* dan berita mengenai dugaan penistaan agama oleh Ahok sebagai objek penelitian ini.

Dalam penelitian ini, akan melihat kecenderungan arah pemberitaan dan resepsi khalayak dilihat dari komentar yang muncul atas beberapa berita yang diterbitkan *Republika online* (ROL) mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok. Apakah resepsi pembaca akan *dominant reading* (menerima isi berita), *negotiated meaning* (memunculkan makna tersendiri), *oppositional decoding* (menolak isi berita) atau tidak jelas.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Komunikasi

Onong Uchjana Effendy (2004) dalam bukunya, Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek, juga mengatakan bahwa komunikasi adalah proses penyimpanan pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003:31-39) membagi proses komunikasi menjadi empat, yaitu sebagai berikut:

- a. Proses Komunikasi Primer
- b. Proses Komunikasi Sekunder
- c. Proses Komunikasi Linear
- d. Proses Komunikasi Sirkular

Masih dalam bukunya yang berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003), Effendy membagi tahapan komunikasi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

- a. Komunikasi Pribadi
- b. Komunikasi Kelompok
- c. Komunikasi Massa

2.2 Komunikasi Verbal

Suryanto (2015) dalam bukunya, Pengantar Ilmu Komunikasi, menjelaskan pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Kata-kata adalah abstraksi realitas individual yang tidak mampu menimbulkan reaksi.

Menurut Larry L. Barker dalam Mulyana (2013:266) bahasa memiliki tiga fungsi, yaitu:

- a. Penamaan (naming)

- b. Interaksi
- c. Transmisi dan Infomasi

2.3 Media Baru (*New Media*)

Media berjaring internet atau media *online* termasuk ke dalam *new media* (media baru). Pengertian *new media* menurut Terry Flew yaitu:

New Media = Digital Media: "form of media contents that combine and integrate data, text, sound, and images of all kinds; are stored in digital format; and are increasing distributed through network (Yunus Ahmad Syahbani, 2011:5).

Dari pengertian di atas, Flew mendefinisikan *new media* yang ditekankan pada *forms* atau format isi media yang dikombinasi dan kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital, serta sistem penyebarannya melalui jaringan internet.

Ciri-ciri yang membedakan media baru dengan media lainnya antara lain menggunakan jaringan internet, komunikasi timbal-balik (*inter-activity*), penerima dapat memilih berita atau informasi yang diinginkan, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung, kelenturan atau fleksibilitas bentuk, isi, dan penggunaan (Denis McQuail, 2000:16). Sedangkan menurut Laquey, yang membedakan internet dari teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Tak ada media yang memberi setiap penggunanya kemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang (Elvinaro Ardianto, Lukiat Komala, dan Siti Karlinah, 2004:143). Internet unggul dalam menghimpun berbagai orang karena geografis tidak lagi menjadi pembatas. Internet menyebabkan terbentuknya banyak perkumpulan antara berbagai orang dan kelompok (Ibid, hal:145).

2.4 Jurnalisme Online

Jurnalisme *online* memiliki sejumlah fitur dan karakteristik yang berbeda dari jurnalisme tradisional. Berita disajikan dalam format digital medium *web pages* (halaman web) dan hanya bisa diakses lewat internet, bersifat interaktif karena menyediakan ruang komentar (*comment*) bagi pembacanya untuk mereapon setiap berita. Selain itu, jurnalisme *online* mengedepankan konsep *running journalism* yaitu struktur penelitian berita berlanjut, artinya berita dapat ditampilkan, dilengkapi, dan diperbaharui kapan saja, dengan cepat dalam hitungan menit bahkan detik (Putu Ayu Gayatri, 2012. Citizen Journalism di Twitter. UNS. Hal 24).

2.5 Portal Berita

Wujud dari jurnalisme *online* dapat dilihat melalui portal berita *online*, yang merupakan salah satu jenis dari web portal. Menurut Arthur Tatnall, web portal adalah sebuah website yang dirancang khusus yang bertindak sebagai gerbang untuk membuka akses ke situs yang lain (Arthur Tatnall, 2005:2).

"A portal aggregates information from multiple source and makes that information available to various users. In other words, a portal is an all in one website used to find and to gain access to other sites, but also one that provides the services of a guide that can help to protect the users from the chaos of the internet and direct them towards and eventual goal(Ibid, hal 3)."

News portal atau portal berita *online* layaknya sebuah koran dengan fitur interaktif. Portal berita *online* menggabungkan direktori, komunikasi intrapersonal, dan informasi dalam satu paket (Joseph Straubhaar & Robert LaRose, 2006:261). Di dalam portal berita *online* terdapat aspek komunikasi intrapersonal karena di dalamnya terdapat *chat rooms* dan grup diskusi. Beragam konten yang ada di portal berita antara lain berita, hiburan, *travel*, teknologi, kesehatan, keuangan, dan lainnya. Konten tersebut ditulis oleh wartawan profesional layaknya media konvensional.

2.6 Berita dalam Media Online

Aktivitas dari jurnalisme *online* salah satunya adalah menghasilkan berita. Berita merupakan produk jurnalistik. Menurut Mursito, berita adalah realitas simbolik, realitas yang terdiri dari kata-kata yang membentuk kalimat, yang tersusun sistematis, terstruktur (Mursito BM, 2013:81). Berita merupakan fakta yang dilaporkan terus menerus, diubah dan direproduksi secara periodik, tanpa henti dan dikonsumsi setiap saat dan di setiap tempat (Mahfud Anshori, 2010. Kerangka Media dalam Jurnalisme Online. UNS. hal 144). Sedangkan berita jurnalistik menurut Sumadiri adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik, dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media *online* internet (Haris Sumadiri,

2006:65). Berita yang disajikan pada media *online* (internet) tergolong berita *online*. Penyajian berita juga harus mengikuti kaidah dan etika jurnalistik.

2.7 Fitur Komentar sebagai Salah Satu Bentuk Interaktivitas *New Media*

Di dalam berita *online* biasanya terdapat fitur komentar yang terletak di bawah atau setelah kolom berita ditampilkan. Pada fitur komentar, khalayak bebas untuk menuliskan komentar atas berita yang dipublikasikan pada portal berita *online*. Fitur komentar ini tidak terdapat pada media konvensional seperti koran atau majalah. Inilah yang menjadi salah satu perbedaan antara media *online* dengan media konvensional. Pada media *online* (*new media*) terdapat interaksi antara komunikator (pembuat berita) dengan komunikan (khalayak pembaca) secara langsung. Interaksi tersebut salah satunya lewat fitur komentar yang ada pada portal berita *online*.

Menurut Lister, Dovey, Giddings, Grant, dan Kelly dalam *New Media* terjadi pergeseran dari *audiences* menjadi *users* (M. Lister, J. Dovey, S. Giddings, 2008:10). Dikatakan bahwa *audience new media* lebih kepada *user* dari pada sekedar *viewer* karena memiliki kemampuan untuk mengintervensi atau mengubah gambar dan teks yang mereka akses. Maka dalam *new media*, khalayak bukan sekedar pembaca tapi juga pengguna yang dapat mengintervensi atau bahkan mengubah apa yang sudah ditampilkan dalam internet jika ada yang tidak sesuai dengan aturan atau norma di masyarakat.

2.8 Opini Publik

Memahami opini seseorang, apalagi opini publik bukanlah sesuatu hal yang sederhana. Dengan sendirinya pembentukan opini publik dibentuk oleh publik yang selektif, karena itu untuk setiap masalah selalu ada publiknya sendiri-sendiri. Karena opini sendiri mempunyai kaitan yang erat dengan pendirian (*attitude*). Suatu sikap atau *attitude*; kata Cutlip dan Center, adalah kecenderungan untuk memberikan respon terhadap suatu masalah situasi tertentu (Satropetro, 1990:40).

Opini publik menurut William Albright adalah suatu jumlah dari pendapat individu-individu yang diperoleh melalui perdebatan dan opini publik merupakan hasil interaksi antar individu dalam suatu publik. Emory S. Bogardus dalam *The making of Public Opinion* mengatakan opini publik hasil pengintegrasian pendapat berdasarkan diskusi dalam masyarakat demokratis (Olii, 2007:20).

2.9 Analisis Resepsi Khalayak

Dalam tradisi studi *audience*, setidaknya pernah berkembang beberapa varian di antaranya disebut secara berurutan berdasar perjalanan sejarah lahirnya: *effect research*, *uses and gratification research*, *literary criticism*, *cultural studies*, *reception analysis* (Jensen & Rosengen, 1995:174). *Reception analysis* bisa dikatakan sebagai perspektif baru dalam aspek wacana dan sosial dari teori komunikasi (Jensen, 1999:135).

Sebagai respon terhadap tradisi *scientific* dalam ilmu sosial, *reception analysis* menandakan bahwa studi tentang pengalaman dan dampak media, apakah itu kuantitatif atau kualitatif, seharusnya didasarkan pada teori representasi dan wacana serta tidak sekedar menggunakan operasionalisasi seperti penggunaan skala dan kategori semantik. Sebaliknya, sebagai respon terhadap studi teks humanistik, *reception analysis* menyarankan baik *audience* maupun konteks komunikasi massa perlu dilihat sebagai suatu spesifik sosial tersendiri dan menjadi objek analisis empiris. Perpaduan dari kedua pendekatan (sosial dan perspektif diskursif) itulah yang kemudian melahirkan konsep produksi sosial terhadap makna (*the social production of meaning*). Analisis resepsi kemudian menjadi pendekatan tersendiri yang mencoba mengkaji secara mendalam bagaimana proses-proses aktual melalui mana wacana media diasimilasikan dengan berbagai wacana dan praktik kultural audiensnya (Jensen, 1999:137).

Pemanfaatan teori *reception analysis* sebagai pendukung dalam kajian terhadap khalayak sesungguhnya hendak menempatkan khalayak tidak semata pasif, namun dilihat sebagai agen kultural (*cultural agent*) yang memiliki kuasa tersendiri dalam hal menghasilkan makna dari berbagai wacana yang ditawarkan media. Makna yang diusung media lalu bisa bersifat terbuka atau *polysemic* dan bahkan bisa ditanggapi secara opositif oleh khalayak (Fiske, 1987).

Khalayak yang aktif merupakan karakteristik dari khalayak *new media*. Khalayak *new media* aktif mengonsumsi maupun memproduksi pesan melalui *new media*. Stuart Hall menjabarkan metode *encoding-decoding* untuk menginterpretasikan persepsi khalayak. Dari metode tersebut, dapat dilihat bahwa *encoding* dan *decoding* sama-sama merupakan proses pemaknaan. Proses pemaknaan pesan ini dipengaruhi oleh 3 unsur yaitu kerangka pengetahuan (*frameworks of knowledge*), relasi produksi (*relations of production*), dan infrastruktur teknis (*technical infrastructure*) yang memungkinkan adanya

perbedaan antara *encoding* dan *decoding*. Untuk itu, Stuart Hall membagi tiga tipe utama pemaknaan atau pembacaan khalayak terhadap teks media (J. Stanley Baran & Dennis K. Davis, 2003:270):

1. *Dominant reading*

Ketika khalayak memaknai isi media sesuai dengan yang dimaksud oleh pembuat pesan atau media. Seseorang melakukan pemaknaan sesuai dengan makna dominan (*preferred reading*) yang ditawarkan oleh teks media.

2. *Negotiated meaning*

Ketika khalayak membuat pemaknaan alternatif atau pemaknaan sendiri pada pesan media yang berbeda dari *preferred reading* sesuai dengan kondisi mereka. Khalayak tidak setuju atau menyalahartikan beberapa aspek dari pesan tersebut dan memberikan sebuah alternatif atau makna negosiasi yang berbeda dari pesan yang dipilih.

3. *Oppositional decoding*

Ketika khalayak membuat penafsiran atas isi media yang berlawanan dengan penafsiran dominan (*preferred reading*).

3. Metodologi Penelitian

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi deskriptif kuantitatif. Analisis isi menurut Barelson (1952:18) memberikan definisi “Analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (*manifest*).

Riffle, Lacy, dan Fico (1998:20) memberikan definisi “Analisis isi adalah pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari simbol-simbol komunikasi, di mana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi maupun konsumsi”.

Sedangkan analisis deskriptif menurut Eriyanto (2011:47) adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk memberikan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan. Dalam analisis deskriptif ini, peneliti cukup menggambarkan aspek-aspek dari isi komunikasi yang akan diteliti.

3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan (Sugiyono, 2011:42).

Penelitian positivistik adalah penelitian yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa gejala tersebut dapat diklarifikasikan, dan pengaruh gejala bersifat melukiskan pengaruh variabel penting yang terkait dengan masalah. (Sugiyono, 2011:42).

3.3 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan kejadian yang akan diteliti. Metode penelitian kuantitatif seperti yang dijelaskan Ardianto (2010:47) bahwa penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data lapangan. Dalam analisis data, metode penelitian kuantitatif diperlukan perhitungan ilmu statistik, baik statistik deskriptif ataupun inferensial (yang menggunakan rumus statistik non-parametrik).

Dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengetahui kuantitas atau jumlah pemaknaan khalayak pada isi komentar tentang pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok pada portal berita Republika *online*.

3.4 Objek dan Subjek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah resepsi khalayak dalam komentar berita mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama atau Ahok. Subjek dalam penelitian ini adalah portal berita Republika *Online* periode 6-12 Oktober 2016. Isi komentar merupakan sumber data dalam penelitian ini dikarenakan dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan pemaknaan khalayak terhadap teks media tentang berita pada kolom komentar. Khalayak pengguna dan pembaca berita pada internet merupakan data yang akan menunjukkan variabel resepsi khalayak yang diteliti atau subjek penelitian.

3.5 Unit Analisis

Dalam penelitian ini, unit analisis adalah isi komentar yang ada pada portal berita Republika *Online*. Isi komentar yang dimaksud adalah sesuai dengan indikator yang ada pada definisi konseptual yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Kemudian, peneliti membuat operasionalisasi berdasarkan indikator resepsi khalayak dalam berita. Berita yang dimaksud adalah berita tentang kasus penistaan agama oleh Ahok sebagai penguat dan pendukung variabel, yaitu berupa isi komentar pada portal berita Republika *Online*.

3.6 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sangat penting dalam analisis isi. Seperti dikatakan oleh Kaplan dan Goldsen dalam Eriyanto (2011:282), sebagai berikut: “Pentingnya reliabilitas terletak pada jaminan yang diberikannya bahwa data yang diperoleh independen dari peristiwa, instrumen atau orang yang mengukurnya. Data yang reliabel, menurut definisi, “Adalah data yang tetap konstan dalam seluruh variasi pengukuran” (Kassarjian, 1977:13).

Dalam penelitian analisis isi, lembar coding atau *coding sheet* yang digunakan haruslah alat ukur yang terpercaya (reliabel). Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan formula Holsti. Formula Holsti adalah uji reliabilitas antar-coder yang banyak dipakai selain persentase persetujuan (Neuendorf, 2002:149). Formula ini diperkenalkan oleh Ole R. Holsti (1969). Reliabilitas ditunjukkan dalam persentase persetujuan, berapa persen persentase persamaan antar-coder ketika menilai suatu isi. Rumus untuk menghitung reliabilitas adalah sebagai berikut (Holsti, 1969:140):

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{2M}{N1+N2}$$

Keterangan:

M = jumlah persetujuan dari dua orang coder

N1 = jumlah unit yang di tes coder 1

N2 = jumlah unit yang di tes coder 2

Dalam formula Holsti, angka reliabilitas minimum yang ditoleransi adalah 0,7 atau 70 persen. Artinya, kalau hasil perhitungan menunjukkan angka reliabilitas di atas 0,7, berarti alat ukur ini benar-benar reliabel. Tetapi, jika di bawah angka 0,7, berarti alat ukur (*coding sheet*) bukan alat yang reliabel. Sama dengan persentase persetujuan, reliabilitas Holsti ini juga harus dipakai untuk semua kategori yang digunakan. Hasil dari reliabilitas dari masing-masing kategori ini ditampilkan dalam laporan (Eriyanto, 2011:290).

3.7 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan kategorisasi indikator yang telah dipaparkan dan disusun mengenai definisi konseptual isi komentar pemberitaan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini memiliki fokus penelitian berupa isi komentar pemberitaan yang ada pada portal berita Republika *Online* tentang penistaan agama yang dilakukan oleh Ahok. Sehingga, indikator yang ada pada penelitian ini adalah jenis resepsi khalayak, dalam penelitian ini peneliti membagi operasionalisasinya menjadi empat kategorisasi yaitu:

- Dominant Reading*
- Negotiated Meaning*
- Oppositional Decoding*
- Tidak Jelas

3.8 Identitas Coder

Identitas Coder

No.	Nama	Pekerjaan	Durasi Pelatihan	Keterangan
1	Ridho Robby	Redaksi	1 (satu) Minggu	Pelatihan akan dilakukan selama satu minggu berupa memberikan arahan kepada coder tentang penelitian analisis isi dan menganalisa isi komentar dalam portal berita Republika <i>online</i> .
2	Kevin Septhama Kurnianto	Wartawan	1 (satu) Minggu	Pelatihan akan dilakukan selama satu minggu berupa memberikan arahan kepada coder

				tentang penelitian analisis isi dan menganalisa isi komentar dalam portal berita Republika online.
--	--	--	--	--

Sumber: (Olahan Peneliti, 2017).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Hasil Uji Reliabilitas antar-coder

Tabel Uji Reliabilitas

No	Hari, Tanggal	Judul Berita	Frekuensi Coder 1	Frekuensi Coder 2	Setuju (S) Tidak Setuju (TS)
1	Kamis, 6 Oktober 2016	Video Ahok: Anda Dibohongi Alquran Surat Al-Maidah 51 Viral di Medsos	47	47	S
2	Kamis, 6 Oktober 2016	Jawaban Tim Sukses Ahok Soal Pembohongan Surat Al Maidah	29	29	S
3	Kamis, 6 Oktober 2016	Dinilai Lecehkan Alquran, Ahok Dipetisi Warga	27	27	S
4	Kamis, 6 Oktober 2016	Soal Surat Al Maidah, Ahok di-Bully Netizen	121	121	S
5	Jumat, 7 Oktober 2016	Polisi Diminta Cepat Sikapi Dugaan Penistaan Agama oleh Ahok	5	5	S
6	Jumat, 7 Oktober 2016	MUI: Ahok Mengganggu Harmonisasi Umat Beragama	12	12	S
7	Sabtu, 8 Oktober 2016	Membedah Sisi Linguistik Kalimat Ahok Soal Al-Maidah 51	17	17	S
8	Senin, 10 Oktober 2016	Ahok: Saya Minta Maaf	57	57	S
9	Senin, 10 Oktober 2016	32 cuitan Felix Siauw Soal Ahok dan Al-Maidah 51	27	27	S
10	Senin, 10 Oktober 2016	Minta Maaf, Ahok Minta Kasus Al-Maidah 51 tak Dilanjutkan	20	20	S
Total			362	362	Jumlah S : 10 Jumlah TS : 0
Reliabilitas = $2M/(N1+N2) = 2(10)/(10/10) = 20/20 = 1$					

Sumber : Hasil Penghitungan Data Antar-Coder 2017.

Berdasarkan uji reliabilitas antar *coder* diatas, dapat terlihat bahwa data tersebut memiliki tingkat reliabel yaitu sangat reliabel, karena angka minimum yang ditoleransi dalam formula Holsti adalah 0,7 atau 70%. Artinya isi komentar yang terdapat dalam pemberitaan mengenai kasus penistaan agama oleh Ahok pada portal berita Republika Online (ROL) sebesar 1 atau 100% dari sampel yang diuji, telah mewakili seluruh populasi

4.2 Analisis Resepsi

Setelah dilakukan uji reliabilitas antar *coder*, dapat terlihat bahwa isi komentar dari *coder* pertama (Ridho Robby) dan *coder* kedua (Kevin Septhama Kurnianto) adalah sama besar, dengan total isi komentar pada seluruh sampel yaitu sebanyak 362 komentar. Dari 10 berita dengan komentar terbanyak yang diteliti, seluruhnya disetujui antar *coder*. Persetujuan tersebut dapat dilihat pada grafik diatas dengan komentar terbanyak yaitu pada tanggal 6 Oktober 2016, turun sangat jauh pada tanggal 7 Oktober 2016, kemudian pada tanggal 8-10 Oktober 2016 kembali naik walaupun tidak sebanyak pada tanggal 6

Oktober 2016 dimana awal mula pemberitaan tentang Ahok sedang hangat-hangatnya.

4.3 Analisis Data

Tabel Frekuensi dan Persentase Isi Komentar

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Dominant Reading	76,5	21,13%
2	Negotiated Meaning	94,5	26,11%
3	Oppositional Decoding	146,5	40,73%
4	Tidak Jelas	44,5	12,29%
Total		362	100%

Sumber : Hasil Penghitungan Data Antar-Coder 2017.

Berdasarkan perolehan data tabel diatas, peneliti mencari rata-rata frekuensi isi komentar antar coder. Menghasilkan rata-rata jumlah isi komentar sebanyak 362 komentar yang muncul pada periode 6-12 Oktober 2016. Berita yang paling banyak dikomentari oleh khalayak adalah periode 6 Oktober 2016 dengan judul 'Soal Surat Al Maidah, Ahok di-Bully Netizen', yaitu sebanyak 121 komentar atau 33,42%. Dan yang paling sedikit dikomentari oleh khalayak adalah berita pada periode 7 Oktober 2016 dengan judul 'Polisi Diminta Cepat Sikapi Dugaan Penistaan Agama oleh Ahok' hanya 5 komentar atau 1,38%.

Tingkat jenis komentar yang muncul pada portal berita Republika Online (ROL) mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok memperlihatkan bahwa kasus penistaan agama di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat besar. Dari keseluruhan sampel ROL yang diteliti, diambil rata-rata adalah kategori yang paling sering muncul pada portal berita Republika online adalah kategori *oppositional decoding* sebesar 146,5 kali atau 40,73%. Kemudian, pada urutan kedua adalah kategori dengan jenis komentar *negotiated meaning*, dengan jumlah frekuensi 94,5 kali atau 26,11%. Urutan selanjutnya, yaitu ketiga adalah *dominant reading* dengan jumlah frekuensi 76,5 kali atau 21,13%. Lalu, urutan terakhir atau keempat adalah kategori jenis komentar tidak jelas, yaitu dengan jumlah frekuensi 44,5 kali atau 12,29%.

5. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui metode analisis isi mengenai isi komentar pemberitaan mengenai kasus penistaan agama oleh Ahok pada portal berita Republika online (ROL) dengan penghitungan data menggunakan uji reliabilitas antar-coder. Oleh karena itu, dari data penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti menarik kesimpulan

- Dari data sampel yang diteliti memiliki tingkat reliabel yang tinggi yaitu melebihi angka minimum reliabilitas sebesar 0,7 atau 70%. Dimana jenis isi komentar yang terjadi pada portal berita Republika Online (ROL) mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok memiliki angka sangat reliabilitas sebesar 1 atau 100%. Sehingga alat ukur atau *coding sheet* yang telah dibagi kategorisasinya menjadi empat bagian yaitu *dominant reading*, *negotiated meaning*, *oppositional decoding* dan tidak jelas memiliki keunggulan dalam mengukur isi komentar mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok pada portal berita Republika online (ROL). Dimana alat ukur yang digunakan menghasilkan temuan yang sama yaitu 10 berita dari kedua coder.
- Rata-rata jumlah isi komentar yang terjadi adalah sebanyak 362 kali selama periode 6-12 Oktober 2016. Berita yang paling banyak dikomentari adalah berita pada periode 6 Oktober 2016 dengan judul berita 'Soal Surat Al Maidah, Ahok di-Bully Netizen', yaitu sebanyak 121 komentar atau 33,42%. Sedangkan yang paling sedikit dikomentari adalah berita pada periode 7 Oktober 2016 dengan judul berita 'Polisi Diminta Cepat Sikapi Dugaan Penistaan Agama oleh Ahok' hanya 5 komentar atau 1,38%.
- Mayoritas isi komentar mengenai pemberitaan kasus penistaan agama oleh Ahok pada portal berita Republika online (ROL) adalah *oppositional decoding* sebesar 146,5 kali atau 40,73%. Kemudian, pada urutan kedua adalah kategori dengan jenis komentar *negotiated meaning*, dengan jumlah frekuensi 94,5 kali atau 26,11%. Urutan selanjutnya, yaitu ketiga adalah *dominant reading* dengan jumlah frekuensi 76,5 kali atau 21,13%. Lalu, urutan terakhir atau keempat adalah kategori jenis komentar tidak jelas, yaitu dengan jumlah frekuensi 44,5 kali atau 12,29%.

Daftar Pustaka:

- Ardianto, Elvinaro., Komala, Lukiati., Karlinah, Siti. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baran, J.Stanley & Dennis K. Davis. (2003). *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*. Ontario: Wadsworth Thomson Learning.
- Berelson, Bernard. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Three Free Press.
- Effendy, Onong Uchjana. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Fiske, John. (1990). *Introduction to Communication Studies*. Edisi ke-2. London: Routledge.
- Frankfort-Nachmias, Chava and Davis Nachmias. (1996). *Research Methods in The Social Science*. Edisi ke-5. London: Arnold.
- Holsti, Ole R. (1969). *Content Analysis for the Social Science and Humanities*. Reading, Massachusetts: Addison-Westley Publishing.
- Krippendorff, Klaus. (2006). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Edisi ke-2. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Lister, M., Kelly, K., Dovey, J., Giddings, S. And Grant, I. (2003). *New Media:A Critical Introduction*. USA: Routledge.
- McQuail, Denis. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy. (2013). *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mursito BM. (2013). *Jurnalisme Komprehensif*. Jakarta: Literate.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi Budaya dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Neuendorf, Kimberly A. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publivations.
- Neuman, W. Lawrence. (2003). *Social Research Method*. Wisconsin: Pearson Education Inc.
- Nugraha, Pepih. (2012). *Citizen Journalism: pandangan, pemahaman dan pengalaman*. Jakarta: Kompas.
- Pavlik, John Vernon. (2001). *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rasyid, Mochamad Riyanto. (2013). *Kekerasan di Layar Kaca: Bisnis Siaran, Peran KPI, dan Hukum*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Riffie, D., Lacy, S., & Fico, F.G. (1998). *Analysis Media Massage: Using Quantitative Content Analysis in Research*. London: Lawrence Erlbaum Associate Publishers.
- Straubhaar, Joseph., LaRose, Robert., Davenport, Lucinda. (2009). *Media Now (Understanding Media, Culture, and Technology): six edition*. USA: Wadsworth Cengage Learning.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumandiria, Haris. (2006). *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sunarto. (2011). *et al. Mix Methodology Dalam Peneitian Komunikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Presindo.
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cetakan ke-1. Bandung: Pustaka Setia.
- Syaibani, Yunus Ahmad.(2011). *New Media Teori dan Aplikasi*. Surakarta: Lindu Pustaka.
- Tatnall, Arthur. (2005). *Web Portals: The New Gateways to Internet Information and Services*. Australia: Idea Group Publishing.